

подальшого розвитку, ступень відповідності цілей працівників цілям підприємства. Вона є основою для прийняття кадрових рішень та виявлення причин успіхів та провалів кадрової політики і діяльності підприємства в цілому.

Оцінювання працівників найбільш повною мірою охоплює дві сфери їх діяльності — поточну і перспективну.

Під час аналізу поточної діяльності робиться наголос на тому, як працівник справляється з своєю роботою, тобто визначаються особисті досягнення та внесок працівника в загальну справу у даний період часу. Перспективна діяльність вимагає оцінки здібностей, мотивацій та особистих якостей працівників, що є вирішальними при прийнятті рішень про розстановку, просування і підготовку кадрів, з метою прогнозування потенційних можливостей працівника для подальшої діяльності та роботи на підприємстві.

Таким чином, оцінювання займає значне місце в системі управління і є однією з найважливіших складових системи управління персоналом, адже оцінювання персоналу розглядається як елемент управління і як система атестації персоналу, що дозволяє виявити і розкрити потенціал кожного співробітника і направити цей потенціал на реалізацію стратегічних цілей компанії.

Література

1. Ласкавий, А.О. Навчальний посібник «Менеджмент продуктивності» / А. О. Ласкавий; Київський національний економічний університет —, К: КНЕУ, 2011, 455 с.
2. Лук'янихін, В.О. Менеджмент персоналу: Навчальний посібник / В.О. Лук'янихін - Суми: ВТД "Університетська книга", 2004. — 592 с.
3. Шаповал, О.А. Управління процесами використання персоналу підприємства на основі методу моделювання / О.А. Шаповал // Економічний вісник Національного гірничого університету. — 2014. — Вип. 2 (46). — С 93-100.

УДК 005.33

Юдіна Н.В.,

к.е.н., доцент кафедри промислового маркетингу,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
Київ

Напрямки трансформації управлінської діяльності

Протягом 2016 р. в економіці України почав формуватися позитивний тренд стійкого зростання ВВП. Наприклад, у четвертому кварталі цей показник вже досягнув 4,8%. Це надавало певну надію підприємствам щодо початку подолання Україною економічної кризи. Однак вже протягом 2017 р. темпи зростання ВВП знову почали уповільнюватися — 2,5% та 2,3% у першому і другому кварталі відповідно [1].

Традиційні інструменти передбачення моментів початку і закінчення економічних криз у сучасних умовах припинили надавати керівникам підприємств

гарантовані результати. Останні економічні тренди свідчать, що економічні кризи стали не тільки синхронними у більшості країн світу, але й їх періодичність почала збільшуватися [2]. Це призводить до того, що як окремі підприємства, так і економіки країн у цілому, не встигаючи подолати наслідки попередньої кризи, занурюються у наступну. Подібні процеси можуть суттєво дезорієнтувати керівників підприємств у маркетинговому середовищі, що зараз складатиметься. Таким чином, актуальною метою є виокремлення головних орієнтирів змін, які мають відбутися в управлінській діяльності українських підприємств.

З одного боку, для керівників підприємств стає важливим персональне психологічне усвідомлення сучасної швидкості ринкових змін, яка і надалі буде збільшуватися. Такі темпи обумовлені переходом ринків від індустріального суспільства до інформаційного суспільства. Потужна конкуренція між комп'ютерними компаніями і прагнення ними певного стандарту комп'ютерної галузі, запроваджене на основі закону Гордона Мура компанією «Інтел», прискорюють тісну інтеграцію інформаційно-комунікаційних технологій в життя людства [3;4]. Це все обумовлює входження не тільки економік, але й, перш за все, життя людства у цілому у режими з загостреннями, які передбачають всебічне прискорення усіх процесів за законом експоненти [5]. Такі зміни вимагатимуть певної психологічної готовності керівника, який має навчитися їх пояснювати решті колективу підприємства, що від нього залежать.

З іншого боку, постійні кризи вимагатимуть постійного впровадження інновацій, які завжди ставали для підприємств інструментом подолання кризових наслідків. Однак сучасні економічні умови потребують певної специфіки інновацій - у вигляді стартапів, тобто проектів, які за дуже короткий строк спроможні до швидкого масштабування і отримання відповідного швидкого фінансового результату. Такий підхід до управління комерційною діяльністю підприємства має забезпечити стійке його функціонування під час частих економічних криз.

По-третє, перехід підприємства від стабільної діяльності до стартап-проектної діяльності має бути пов'язаним із необхідністю перенавчання персоналу за новими напрямками, які потребуватимуть впровадження інновації. Це у свою чергу вимагатиме гнучкості керівника у питаннях кадрової політики. Крім того перенавчання і підвищення кваліфікації за напрямками управлінської діяльності потребують і самі керівники, оскільки вони знаходяться на «передовій» своїх підприємств і тому мають чітко усвідомлювати, ідентифікувати і розуміти сучасні вимоги ринків для підвищення ефективності власних управлінських рішень.

Таким чином, сучасні швидкозмінні умови маркетингового середовища вимагають від українських керівників психологічного усвідомлення необхідності змін, постійного оновлення підходів до управлінської діяльності, гнучкості і наполегливості при переході від стабільної діяльності до стартап-проектів та програм постійного навчання і підвищення кваліфікації персоналу.

Література

1. Indicators. Trading Economics. www.tradingeconomics.com. Retrieved from <http://www.tradingeconomics.com>.
2. Юдіна Н. В. Визначення циклічних залежностей в економіці України на основі аналізу окремих макроекономічних показників [Електронний ресурс] / Н.

В. Юдіна // Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ». – 2016. – №13. – Режим доступу : <http://ela.kpi.ua/jspui/handle/123456789/18208>.

3. Мэлоун М. The Intel: как Роберт Нойс, Гордон Мур и Энди Гроув создали самую влиятельную компанию в мире. М.: Изд-во Эксмо, 2015. 528 с.

4. Сливотски А. Маркетинг со скоростью мысли. / А. Сливотски, Д.Моррисон // М.: Изд-во Эксмо, 2003. - 448 с.

5. Князева Е. Н., Курдюмов С. П. Основания синергетики. Режимы с обострением, самоорганизация, темпомиры. СПб.: Питер, 2002. с. 38 – 39.

УДК 658.011.48

Яковлєв А.І.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та маркетингу

Грудачова О.С., Турбаєвський Я.М.,

магістр економічного факультету

Національний технічний університет «ХПІ»,

Харків

Розвиток показників наукоємності як шлях підвищення ефективності інвестиційних процесів

Інноваційний шлях зростання економіки потребує переважного розвитку наукоємних галузей і виробництва. Питанням оцінювання наукоємності присвячено чимало робіт, наприклад [1 – 3], у т.ч. попередні роботи одного з авторів [4], [5]. Однак сьогодні потрібен подальший розвиток досліджень у цьому напрямі, особливо в умовах глобалізації економіки, створення і розширення транснаціональних компаній (ТНК) [6, с. 63-90], в яких нині виробляється одна десята частина світового ВВП [7, с. 23].

Метою дослідження є систематизація показників наукоємності в сучасних умовах.

1. Показники для оцінювання прикладних досліджень і розробок

1.1. Результативні показники

1. Прибуток (ПР). 2. Чиста поточна вартість (ЧПВ) або чистий грошовий дохід (ЧГД). 3. Коефіцієнт ЧГД. 4. Внутрішня норма доходності (ВНД). 5. Виручка від реалізації, у т.ч. валютна. 6. Виручка у розрахунку на одну створену інновацію. 7. Обсяги випуску на основі реалізації інновацій. 8. Валютна виручка відносно витрат на НДДКР. Включає надходження на експорт, ноу-хау, продаж ліцензій. 9. Величина чистої продукції від впровадження інновацій в організації. 10. Строк окупності інновації у роках.

1.2. Витратні показники

11. Частка витрат на НДДКР у загальному обсязі продажів. 12. Частка витрат на НДДКР у бюджетній формі, галузі. 13. Співвідношення між витратами на НДДКР та виробничими капіталовкладеннями або обсягом виробництва. 14. Капіталізація НДДКР. 15. Відношення корисного ефекту інновації до її ціни. 16. Ефект від реалізації зауважень споживачів. 17. Перевищення або зменшення строку роботи над проектом у порівнянні з передбаченим строком. 18. Відношення суми